



Veröffentlicht auf CFOworld (<http://www.cfoworld.de>)

[Startseite](#) > Die Idee des unüblichen Wirtschaftens

Social Venture Capital

Die Idee des unüblichen Wirtschaftens



© Fritz Beck

Wieso expandieren Social Entrepreneurs, obwohl ihr Erfolg schwer messbar ist? Christina Moehrle über die Finanzierung von sozialen Innovationen.

13. Mär 2013 von Christina Moehrle



Am Anfang war die Idee: Gesellschaftlicher Nutzen und unternehmerischer Gewinn als zweifache, sich ergänzende Zielsetzungen – geboren war die sogenannte *Double Bottom-Line*. Während dieser Ansatz in seiner Essenz weit in die Vergangenheit zurückreicht und seine Initialzündung nicht erst durch die mit dem Friedensnobelpreis ausgezeichnete Initiative von Muhammad Yunus und seiner [Grameen Bank](#) [1] erlebte, ist die wirtschaftliche Praxis heute noch immer weitgehend von Turbo-Kapitalismus und eher wachsweißen Bekenntnissen zur Nachhaltigkeit geprägt.

Doch mittlerweile erlebt *Social Entrepreneurship* ein ernstzunehmendes Revival, das nicht nur das Potenzial besitzt, bisherige gesellschaftliche Problemlösungen zu überdenken, sondern auch die übliche Art des Wirtschaftens herauszufordern. Ein Paradigmenwechsel?

Social Entrepreneurship gewinnt an Zuspruch

Auch in Deutschland findet dieser noch junge Markt immer mehr engagierten Zuspruch. Aus dem [Vision Summit](#) [2], auf dem sich vor einigen Jahren noch ein eher überschaubares, heterogenes Gemisch aus Gutmenschen mit kleinen lokalen bis hin zu großen, weltumspannenden Projekten tummelte, ist mittlerweile eine energiegeladene, professionelle, prall gefüllte Mega-Veranstaltung geworden. Visionäre, *Social Startups*, erfolgreiche Sozialunternehmer, innovative Financiers, *Think Tanks*, *Networking*- und Beratungsorganisationen, *Fundraising*-Plattformen, Nachhaltigkeitspublikationen, Stiftungen, Forschungszentren, Bildungsinitiativen und Universitäten bis hin zu Großunternehmen: Alle haben das Ziel, die *Social Innovation* real auf die

Straße zu bringen, ob nun in sozialer oder ökologischer Hinsicht. Sozial bedeutet hier in Anlehnung an das englische *social* im weitesten Sinne *gesellschaftlich*. Peter Spiegel, Initiator und Leiter des *Vision Summit*, bezeichnete im Jahr 2012 diesen Trend als eine „regelrechte Explosion“. Und er mag Recht behalten.

Inzwischen verzeichnen Lehrstühle für *Social Entrepreneurship* wie der an der TU München positive Wachstumsraten an Studenten, die sich mit der traditionellen Art des Wirtschaftens nicht mehr begnügen und mehr Sinn stiften wollen als reine Gewinnmaximierung und *Shareholder Value*. Innovative Finanzierungsansätze wie beispielsweise *Crowdfunding* oder *Social Impact Bonds* stellen Alternativen zu Spenden dar, die bisher oft mühevoll beschafft werden mussten und meist einmalig blieben. Selbst staatliche Fördereinrichtungen wie die *KfW* schreiben mittlerweile Wettbewerbe und Finanzierungsprogramme speziell für Sozialunternehmer aus, und werden durch Veranstalter wie *evobis* und *netzwerk nordbayern* dabei unterstützt, eine frische Variante der *Startups meet Investors*-Konferenzen für die *Social Community* bereitzustellen.

Eine neue Welt des ganzheitlichen, nachhaltigen Wirtschaftens, das diesen Titel auch wirklich verdient, scheint im Entstehen zu sein und inzwischen deutlich an Dynamik zu gewinnen. Ein guter Zeitpunkt also, um die Faszination und Fakten eines jungen Markts zu skizzieren, sowie eine neue Spielart des *Venture Capital* vorzustellen, das sich als Facette des *Impact Investing* ganz den Sozialunternehmern verschreibt: *Social Venture Capital* (SVC).

Umfassendes Verständnis für ungelöste Probleme

Social Venture Capital verbindet die Herangehensweise des *Venture Capital* (VC) mit dem Ziel der Förderung von Sozialunternehmern. Zur Verfügung gestellt wird der typische VC-Baukasten aus Eigenkapital oder verwandten Beteiligungsformen, plus Zugang zum Netzwerk sowie strategischer Beratung. Doch sowohl die Zusammensetzung des Portfolios als auch der Anspruch der VC-Firma und ihrer Fondsinvestoren an sich selbst sind neu: Soziale Rendite zuerst, Kapitalrückzahlung und moderate Finanzrendite danach.

Doch was ist genau ein Sozialunternehmen und wie lässt sich eine soziale Rendite eigentlich quantifizieren? Die Tücke steckt wie immer im Detail. Ein Blick auf *Google* genügt: Für den Begriff „Sozialunternehmen“ oder *Social Business* lassen sich eine Vielzahl von Definitionen finden. Auch die Messung und Rangfolge der sozialen Rendite (*Social Return*) innerhalb der *Double Bottom Line* ist nicht überall gleich und beschäftigt bereits eine Reihe von *Reporting*-Initiativen, die nach mehr Klarheit, Transparenz und Vereinheitlichung streben.

Ein weiterer Aspekt ist, dass der Begriff *Social Entrepreneur* nicht jedem Sozialunternehmer in seinem Selbstverständnis entgegenkommt. Wer ein Sozialunternehmen startet, sieht sich nicht zwangsläufig als Nachfolger einer langen Reihe von *Non-Governmental Organisations* (NGO) und gemeinnützigen Organisationen wie beispielsweise dem *WWF*, der *SOS Kinderdörfer* oder der *Deutsche Welthungerhilfe*, sondern als innovativer Unternehmer, der ein bislang nicht oder nur unzulänglich gelöstes, gesellschaftliches Problem mit erwerbswirtschaftlichen Methoden adressiert und zu einem andauernden Erfolg in einem viel größeren Kontext als dem rein monetären machen möchte. Mit Gutmenschentum ist das nicht gleichzusetzen, auch nicht mit Unternehmertum plus einer *Prise Corporate Social Responsibility* (CSR). Es ist eher ein umfassenderes Verständnis, worum es in unserer Welt des Wirtschaftens eigentlich gehen sollte und angesichts der ungelösten Problematiken dieser Welt in Zukunft wohl auch gehen muss.

Zwei Varianten von Sozialunternehmen

Folgt man aufmerksam den *Fundraising*-Präsentationen verschiedener *Social Startups*, wird schnell deutlich: Die Ansätze sind frisch und vielfältig, der gesellschaftliche Nutzen

selbstverständlich aber schwer messbar, die Kapitalbeschaffung herausfordernd bis hart. Doch selten entsteht so viel Funkenflug in einem einzigen Raum als wenn ein *Social Startup* gelingt und real abhebt. Doch was genau ist nun ein *Social Entrepreneur*, was grenzt ihn vom klassischen Unternehmer oder aber vom *NGO-Manager* oder Philanthrop ab, was macht ihn im Kern aus?

Muhammad Yunus hat in seinem Buch *Creating a World Without Poverty – Social Business and the Future of Capitalism* zwei Varianten von Sozialunternehmen skizziert. Nach seiner Auffassung sind *Social Businesses* Unternehmen, deren erklärtes Ziel das Erreichen eines gesellschaftlichen Nutzens ist, und die dabei langfristig ihre Kosten decken müssen sowie einen Gewinn erwirtschaften dürfen. Nur darf dieser Gewinn über die reine Kapitalrückzahlung hinaus nicht entnommen werden, sondern muss ins Unternehmen selbst für weitere soziale Ziele zurückfließen. Yunus nennt diese Variante *non-loss, non-dividend businesses*.

Eine zweite, für *Social Venture Capital* in Deutschland sicher weniger relevante Spielart sind traditionell gewinnmaximierende Unternehmen, deren Eigentümer sich aus armen und benachteiligten gesellschaftlichen Gruppen rekrutieren, denen durch Ausschüttung des Gewinns ein Nutzen und eine Besserstellung widerfährt. Schon bei diesen Definitionen lässt sich ahnen, dass die Theorie vielleicht noch relativ eindeutig, die Praxis aber weitaus komplexer und konfliktbehafteter sein dürfte. Wie stellt ein Sozialunternehmer jederzeit sicher, dass soziales Unternehmensziel und notwendige erwerbswirtschaftliche Nebenbedingung sich nicht gegenseitig kompromittieren, sondern harmonisch zusammenarbeiten?

Höherer Wirkungsgrad als eine Spende

Für *Social Venture Capital* ergibt sich daraus eine erste, zentrale Konklusion: Die Investoren in einem SVC-Fonds dürfen in finanzieller Hinsicht nicht mehr als Kapitalerhalt plus eine moderate, unter dem Marktniveau liegende Verzinsung erwarten, während das unternehmerische Risiko weiterhin dem eines typischen VC-Fonds entspricht. Anders ausgedrückt: die übliche Verzinsung wird teilweise durch die Komponente Sinnstiften ersetzt. Das Ergebnis ist ein neuartiges Rendite-Risiko-Profil, das um die dritte Dimension gesellschaftlicher Nutzen erweitert ist - Investieren in 3D. Aber auch die Abgrenzung zur klassischen Philanthropie wird deutlich: Eine Spende fließt nicht zurück, *Social Venture Capital* durchaus. Bei Erfolg wird es auf mittlere Sicht für ein *Reinvestment* in neue, hoffentlich soziale Projekte frei und erreicht allein dadurch einen völlig anderen Wirkungsgrad als eine Spende gleicher Höhe.

Doch SVC ersetzt deshalb nicht eine Form der sozialen Unterstützung durch eine andere, es erweitert vielmehr die Palette an vorhandenen Möglichkeiten. Spenden werden auch in Zukunft eine Relevanz für soziale Initiativen besitzen, und nicht jedes Sozialunternehmen ist als Portfoliofirma für *Social Venture Capital* geeignet. Die Liste der Anforderungen ist sehr anspruchsvoll und die *Business Cases* müssen, analog zu denen des klassischen *Venture Capital*-Geschäfts, in vielerlei Hinsicht überzeugen. Ob dies die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells, die erzielbare Unabhängigkeit von Spenden und staatlichen Zuschüssen, der konsequente, messbare soziale Effekt, das realistische, vorhandene Potential zu einer mittelfristigen Kapitalrückzahlung oder die zündende Vision für eine bessere Zukunft ist, unternehmerische Kriterien wie auch gesellschaftliche Verbesserungen müssen zwingend Hand in Hand gehen und sich gegenseitig verstärken. Ist das gegeben, finden sich nicht selten schnell weitere Partner ein, die mit den *Social Venture Capitalists* co-investieren: Ob *Business Angels*, die *KfW*, Wirtschaftsunternehmen oder *High Net Worth Individuals* mit philanthropischer Zielsetzung, von dem *Commitment* eines professionellen VC-Investor geht in der Regel eine Signalwirkung aus.

Zwei Pioniere in Deutschland

Und in der deutschen Praxis? Während sich auf dem internationalen Parkett eine ganze Reihe von *Social Venture Capitalists* verschiedenster Couleur und Schwerpunkte etabliert haben, gibt es in Deutschland derzeit nur zwei Pioniere: den [Social Venture Fund](#) [3] und [BonVenture](#) [4]. Diese Artikelserie wird beide deutsche SVC zu den Chancen und Herausforderungen gesellschaftlicher Innovation befragen und den Markt des *Social Investing* aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten. Vielleicht steckt hinter dieser zweiten, verzögerten Zündung bereits deutlich mehr gesellschaftlicher Wandel als es in der breiten Öffentlichkeit bislang wahrgenommen wird.

--- Die Serie im Überblick:

- [Social Venture Capital - Teil 1: Die Idee des unüblichen Wirtschaftens](#) (13. März 2013)
- [Interview mit Johannes Weber \(Social Venture Fund\): "Keine Sozialromantik"](#) [5] (26. März 2013)
- [Social Business: Dirk Müller-Remus \(Auticon GmbH\) im Portrait](#) [6] (27. März 2013)
- [Social Venture Capital - Teil 2: Investieren mit Mission](#) [7] (28. März 2013)



--- Zugabe auf Facebook:

- Zwei Bücher von Nobelpreisträger Muhammad Yunus zu gewinnen (bis 15. März 2013).

Zur [Fanpage von CFOWorld](#) [8] auf Facebook.



--- **Christina Moehrle** arbeitet als freie Schriftstellerin, Autorin und Fotografin. Sie war zuvor insgesamt 16 Jahre im Finanzbereich tätig - insbesondere in den Bereichen Private Banking, Structured Products und Venture Capital.

--- Weitere Beiträge von Christina Moehrle:

- [Venture Capital - Teil 1: Ernstes Spiel mit Chance und Risiko](#) [9] (24. Oktober 2012)
- [Venture Capital - Teil 2: Nicht allzu viel Science Fiction](#) [10] (5. November 2012)
- [Venture Capital - Teil 3: Der Mythos der geringen Korrelation](#) [11] (20. November 2012)
- [Venture Capital - Teil 4: Hoffnung, die über Erfahrung siegt](#) [12] (11. Dezember 2012)
- [Venture Capital - Teil 5: Blick auf den Standort Europa](#) [13] (23. Januar 2013)
- [Venture Capital: "Unsere Bringschuld ist erfüllt"](#) [14] (5. Februar 2013)
- [Private Equity: "Nachhaltigkeit ohne Heiligenschein"](#) [15] (16. Januar 2013)
- [Venture Capital: 5 der weltweit größten Investoren](#) [16] (10. Dezember 2012)
- [Venture Capital: "Das Internet wird massiv unterschätzt"](#) [17] (5. Dezember 2012)
- [Venture Capital: Top-5-Exits im Jahr 2012](#) [18] (22. November 2012)
- [Venture Capital: Große Finanzierungen in 2012](#) [19] (1. November 2012)
- [Venture Capital: 5 erfolgreiche Top-Quartile-Mitglieder](#) [20] (24. Oktober 2012)

Quellen-URL: <http://www.cfoworld.de/die-idee-des-unueblichen-wirtschaftens>

Links:

- [1] <http://www.grameen-info.org/>
- [2] <http://www.visionssummit.org>
- [3] <http://www.socialventurefund.de/defaultsite>
- [4] <http://www.bonventure.de/>
- [5] <http://www.cfoworld.de/keine-sozialromantik>
- [6] <http://www.cfoworld.de/autisten-als-experten>

- [7] <http://www.cfoworld.de/investieren-mit-mission>
- [8] <http://www.facebook.com/CFOworld.de>
- [9] <http://www.cfoworld.de/ernstes-spiel-mit-chance-und-risiko>
- [10] <http://www.cfoworld.de/nicht-allzu-viel-science-fiction>
- [11] <http://www.cfoworld.de/der-mythos-der-geringen-korrelation>
- [12] <http://www.cfoworld.de/hoffnung-die-ueber-erfahrung-siegt>
- [13] <http://www.cfoworld.de/blick-auf-den-standort-europa>
- [14] <http://www.cfoworld.de/unsere-bringschuld-ist-erfuellt>
- [15] <http://www.cfoworld.de/fokus/finanzplanung/nachhaltigkeit-ohne-heiligenschein>
- [16] <http://www.cfoworld.de/5-der-weltweit-groessten-investoren-0>
- [17] <http://www.cfoworld.de/das-internet-wird-massiv-unterschaetzt>
- [18] <http://www.cfoworld.de/top-5-exits-im-jahr-2012-0>
- [19] <http://www.cfoworld.de/grosse-finanzierungen-2012-0>
- [20] <http://www.cfoworld.de/5-erfolgreiche-top-quartile-mitglieder>